www.invesca.com

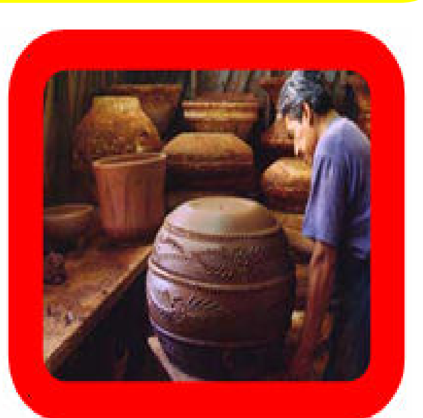
COLECCIÓN

MI NEGOCIO

Guía

IDEAS DE NEGOCIO








Edwin Escalante Ramos

Catherine Escalante Ramos

2006

www.invesca.com

Productos y servicios para las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú

CONTENIDO:

1 Ideas de Negocios

En este capítulo te describiremos los pasos para identificar, evaluar y elegir ideas de negocio.

1.1 ¿Qué es una Idea de Negocios?

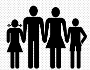
Es una **descripción corta y específica** de lo que será **tu negocio**. Es encontrar un **enfoque diferente** o un **concepto** que todavía **no** haya sido **explotado en el mercado.**

Ejemplos :

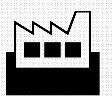
- ☑ La crianza de caracoles de tierra para exportación con fines gastronómicos.
- ☑ Transformación y comercialización de harina de maca y lúcuma.
- ☑ La producción de cuyes para mascotas o como producto de exportación.
- ☑ Crianza, procesamiento y comercialización de Truchas.
- ☑ Agencia Tour Operadora de Turismo

1.2 ¿Cuáles son los requisitos para que una idea sea exitosa?

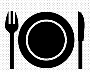
Una idea de negocio debe cumplir con tres requisitos:



Debe **cubrir una demanda insatisfecha**.



Su **producción** debe ser **rentable económicamente**.



La empresa debe tener las **capacidades y habilidades** necesarias para **desarrollar la idea** de negocio.

En otras palabras debe haber algún producto o servicio que las personas si estarían dispuestos a comprar y al mismo tiempo su precio debe ser mayor a los costos de su elaboración para que te pueda producir ganancias.

Adicionalmente, tú debes analizar si tienes las capacidades específicas para llevar a cabo esta idea de negocio.

Reflexión :

Señalaremos a continuación algunas preguntas que deberás considerar para tu idea de negocio:

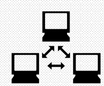
¿Se puede hacer mejor un producto que ya existe en el mercado? Más resistente, más cómodo, con más variedades en modelos, tamaños y colores, etc.

¿Se podría prestar mejor un servicio? Más rápido, más completo, con mejor atención al cliente, personalizado, etc.
¿Se podría reducir el costo de fabricación del producto o prestación del servicio? Insumos a menor costo, personal y/o maquinaria más productiva, alianzas con proveedores y distribuidores, economías de escala en producción, etc.
Los actuales ofertantes ¿Cubren toda la demanda actual y potencial? No producen lo suficiente, no tiene capacidad de maquinaria o mano de obra, el local es muy pequeño, no venden en otras zonas, etc.
¿Qué tipo de necesidades que no están satisfechas por los clientes, crees que cubrirás con determinados productos o/y servicios? De alimentación, de vestimenta, educación, salud, información, recreación, entretenimiento, etc.
¿Conoces cómo se compra, produce, distribuye y vende el producto y/o servicio que ofrecerá tu negocio? Conocimiento técnico, productivo, compra de insumos, zonas de consumo, periodos de mayor demanda, etc.
¿Qué características tienen tus clientes? Sexo, edad, estado civil, grado de instrucción, ocupación, condición laboral, su ubicación, etc.

1.3 Generar e identificar la idea de negocio

A continuación, te vamos a sugerir un conjunto de actividades para generar e identificar tu idea de negocio, las que podrás desarrollar de manera flexible, adaptándolas a cada situación específica.

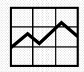
Las etapas para generar e identificar una buena idea de negocio son las siguientes:



Generación de ideas de negocio, empleando una diversidad de fuentes.



Identificación de la mejor idea de negocio. Análisis de capacidades.



Análisis FODA, aplicado a la idea de negocio escogida. Micro análisis del entorno sectorial y interno de la empresa

1.3.1 Fuentes para la generación de ideas de negocio

Existen varios mecanismos para generar ideas de negocios. La primera tiene que ver con tu capacidad para crear ideas, mientras que la segunda es evaluar ideas que otros ya propusieron.

Las ideas de negocio derivan generalmente de una o varias fuentes.

Ejemplos :

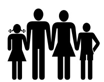


La formación académica de los dueños. Es natural que una persona que ha realizado estudios determinados en una especialidad quiera ejercer su profesión. *Así, un abogado desea colocar un despacho de*

abogados; un dentista, su consultorio; un arquitecto su estudio de arquitectura; un profesor, su academia, etc.



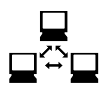
La experiencia profesional y laboral de los dueños. el conocimiento y la información de un determinado sector, así como contar con habilidades técnicas y operativas basadas en la experiencia, puede ayudar a definir oportunidades de negocios. *El cocinero que trabajado durante años en un restaurante, abre su restaurante propio; la peluquera que ha trabajado en varias peluquerías, decide poner su salón de belleza, etc.*



Los cambios sociales del entorno. En nuestra sociedad donde los requerimientos y necesidades de la población son un cambio constante, la generación de ideas innovadoras permiten la supervivencia y la generación de nuevas empresas. *Por ejemplo, ante la incorporación de la mujer al mercado laboral, se han desarrollado empresas que cuidan niños, asimismo al encontrarse tanto el padre y madre de familia trabajando, se han implementado casas al cuidado de las personas de tercera edad.*



Diversidad de formas de entretenimiento. La demanda de actividades de ocio, culturales y artísticas de buena calidad, han generado una variedad de negocios enfocándose en un específico segmento. *Por ejemplo, empresas dedicadas a la enseñanza de técnicas de navegación, agencias y centros de turismo rural, hospedajes en casas rurales, talleres de artesanía, salas de exposiciones de arte, show a fiestas infantiles, etc.*



El desarrollo y aplicación nuevas tecnologías. Internet ha estimulado a la creación de diversas formas de hacer negocio. *Empresas que empelan la red como medio de trabajo, el comercio electrónico, los mercados virtuales, publicidad on-line, etc.*



La especialización mediante la tercerización. En la actualidad las empresas deciden enfocarse en lo que mejor saben hacer, por lo que ofrecen servicios especializados a empresas para cubrir áreas específicas. *Empresas de producción de bienes finales (alimentos, vestimenta, etc.), negocios que brindan seguridad, limpieza, logística, informática, etc.*



Otras fuentes. Puedes utilizar *revistas, publicaciones especializadas, secciones de negocios en los periódicos y sobre todo Internet (google, yahoo, altavista, etc.)* para encontrar ideas de negocios.

Empleando una o varias de las fuentes que te hemos sugerido, utiliza tu imaginación y en una hoja de papel escribe todas las ideas de negocios que se te pueden ocurrir. Es recomendable que lo realices en grupo para recibir mayores aportes y una mejor **retroalimentación.**



Revisa la lista de principales productos con potencial exportación en el Perú y el directorio de fuentes de Ideas de Negocio.

CD	**Formato:**	**Directorio:**
	 Microsoft Word	Directorio de fuentes de Ideas de negocio en el Perú.

1.3.2 Identificación de la idea de negocio más adecuada.

En esta etapa deberás **evaluar** cada una de las **ideas** de **negocio** escogidas y **elegir** la que más te conviene. Para ello realizaremos un **ejercicio de evaluación** a través de puntajes del 1 al 5 para cada una de las características que deberá tener tu idea de negocio. Elige la idea de negocio que obtenga el mayor puntaje.

Recuerda :

Deberás ser conciente de tus capacidades y limitaciones, así como de tus habilidades y ventajas. Responde de manera honesta, es recomendable que se realice mediante una dinámica entre los involucrados en el proyecto, primero de manera individual, luego grupal, para que de esta manera puedan comparar y debatir, y al final escoger la idea más adecuada.

Tabla de Calificación

Con respecto a cada uno de los siguientes factores la idea es:

5 Muy buena

4 Buena

3 Regular

2 Mala

1 Muy Mala

TABLA: RANKING DE IDEAS

FACTORES	Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4	Idea 5
MERCADO					
Demanda insatisfecha de en tu mercado (zona, distrito, urbanización)					
Nivel de ventas de productos y servicios.					
El precio que tus clientes estarán dispuestos a pagar					
El crecimiento de tu mercado					
Existencia de pocos competidores que ofrecen productos similares					
PRODUCCIÓN					
Intención de realizar el proyecto					
Capacidad económica, técnica y productiva para llevarlo a cabo el proyecto					

Existencia de proveedores disponibles para los insumos					
Tienes alguna técnica o metodología para hacer tus productos más económicos que los demás.					
Tus productos se pueden diferenciar de los demás					
VIABILIDAD FINANCIERA					
Diferencia entre el precio de tu producto al consumidor final y el costo unitario.					
Inversión inicial que necesitará tu negocio.					
Capacidad de financiamiento de tu empresa.					
Identificación de potenciales socios.					
Vida del proyecto					

1.3.3 Evaluación de Idea de Negocios.

En esta etapa emplearemos una herramienta de análisis denominada **FODA**, útil para examinar las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas** de tu **idea de negocio escogida.**

La parte Interna tiene que ver con las **Fortalezas y las Debilidades** de tu idea, aspectos sobre los cuales tienes algún grado de control. Estos elementos se refieren a los **activos**, **al personal**, **las ventas y compras**, y **el financiamiento.**

Los ***activos*** que se posee o se pueden adquirir (local, taller, maquinaría, equipos, automóviles, camionetas, insumos, materia prima, etc.); ***el personal*** *(*en la cantidad, el tiempo y cualidades que se le requiera); ***el financiamiento*** *(*que monto se requerirá, que mecanismo voy a emplear para adquirirlo, quién me financiará, etc.); ***comercial*** (fuerza de ventas disponible, inventarios, canales de distribución a emplear, promociones que se incurrirán, diferenciación del producto, etc.)

La parte Externa es la relacionada a las **oportunidades** que ofrecen el mercado y las **amenazas** que debe enfrentar tu idea de negocio en el segmento de mercado escogido. En este caso la empresa tiene poco o ningún control. Y se enfrenta no solo al **Macroentorno o Entorno General** (Contexto Nacional), sino también al **Microentorno o Entorno Específico** (Industria).

Macroentorno o Entorno General esta constituido por factores ***económicos*** (tasa de interés, inflación, tasa de empleo y desempleo, tipo de cambio, políticas monetarias y fiscales, etc.); ***demográficos*** (población por edades y sexo, estructura familiar, movimientos migratorios, crecimiento de la población, etc.); ***sociocultural*** (estilos de vida, modas y costumbres, grupos sociales, huelgas, sindicatos); **político-legal** (estabilidad política, regulaciones, normativas, legislación vigente, elecciones, etc.); ***tecnología*** (innovaciones científicas y tecnológicas, desarrollo tecnológico por sectores económicos, etc.); y ***medio ambiente*** (lluvias, sequías, cambios metereológicos, etc.).

El Microentorno o Entorno Específico, se analiza a través del **Modelo de las Fuerzas de Porter**, las cuales son la ***amenaza de competidores potenciales***, la ***rivalidad ente los competidores*** actuales, el ***pode***r de ***negociación de los consumidores***, el ***poder*** de ***negociación de los proveedores*** y la ***amenaza de productos sustitutos.***

Para entender la aplicación de la herramienta (FODA), se desarrollará un caso práctico.



El negocio de la venta de Jugos de Fruta

Don Carlos trabajaba junto con su familia vendiendo frutas frescas en un mercado, cerca de una avenida comercial. A su puesto acudían muchas personas de la zona, especialmente las amas de casa, sus "caseritas", debido a que les brindaba todos los días fruta fresca, variada y a precios bajos.

Observaba que sus clientes compraban la fruta para emplearla en jugos o ensaladas, asimismo se dio cuenta que antes de comprar, le pedían que les diera un pedazo de fruta para probar.

Entonces decidió invertir en la compra de una maquina manual para exprimir naranjas, y decidió vender un vaso de jugo de naranja, hecho al instante, a un módico precio. A pesar de ofrecer solo un tipo de jugo, esto le permitió generar otra fuente de ingresos, incitando a la compra de la fruta o su jugo.

El negocio le generaba un salario que le permitía mantener a su familia, sin embargo Don Carlos quería que su negocio creciera, y decidió reunir capital para alquilar un puesto en el mismo mercado; él se había dado cuenta que un grupo de personas, hombres y mujeres que trabajan por la zona, especialmente en verano, por las mañanas, media mañana y tardes, salían de su lugar de trabajo para comprar algún alimento, y siempre regresaban con una bebida.

Las tiendas cercanas al mercado vendían jugos de frutas, como complemento de su variada lista de productos, pero ofrecían poca variedad. Asimismo Don Carlos, preguntaba a sus clientes que tipos de jugos (combinación de frutas) son los de su preferencia, y al termino del día empleaba la fruta bien madura para hacer varias pruebas, mezclando la variedad de frutas de estación.

Es así que decide ingresar al negocio de venta de jugos de frutas, buscando caracterizarse y diferenciarse de su competencia por la variedad de jugos a ofrecer y al permitirle al cliente poder escoger su combinación.

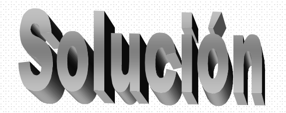


El negocio de la venta de Jugos de Fruta, es un claro ejemplo de una idea de negocio que se le ocurrió a Don Carlos. Gracias a su experiencia en el negocio de venta de fruta fresca, y al estar pendiente de las necesidades y requerimientos de sus clientes, le permitió aprovechar una oportunidad de negocio atractiva, que no solo le dará mayores ingresos, sino también la satisfacción de ver crecer su negocio.

Este caso nos permitirá evaluar la idea de Don Carlos empleando la herramienta de análisis denominada **FODA.**

Primero enumeraremos las **fortalezas y debilidades**, luego las **oportunidades y amenazas.**

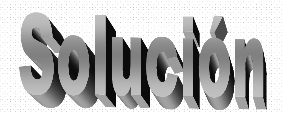
FORTALEZAS	DEBILIDADES
✓ Insumos a bajo costo, de calidad y al momento requerido, evitando stocks. Son sus mismos proveedores. ✓ Ubicación en zona comercial, de alto tránsito peatonal. ✓ Alto grado de higiene para el puesto, como para el personal. ✓ Variedad de jugos, e incluso el cliente puede escoger su combinación (personalizado).	✗ Se requiere una inversión para los equipos (refrigeradora, licuadora, sillas, vajillas, instalación de luz y agua, estantes, vitrinas etc.) ✗ El personal de la juglería son los hijos de Don Carlos, que no hay sido orientados para dar un buen trato al cliente. No todo el personal sabe las medidas adecuadas para la preparación de los jugos. ✗ El local no tiene ningún aviso, ni emite volantes de sus productos y precios a puntos clave: las oficinas, gimnasios o tiendas del alrededor.



El negocio de la venta de Jugos de Fruta

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
✓ Variedad de frutas a bajo costo y durante todo el año.	✗ Alto número de competidores por la zona.
✓ Creciente cultura ante el consumo de productos naturales y de bajas calorías (Light).	✗ Productos sustitutos como las gaseosas, jugos embazados, aguas cítricas, etc., a precios más bajos.
✓ Bajas barreras de salida del negocio, dado que los equipos se pueden revender fácilmente.	✗ Pocas barreras de entradas para nuevos competidores, al ser una inversión pequeña.
✓ Incremento de negocios: oficinas, farmacias, peluquerías, consultorios, gimnasios, etc., por las avenidas principales.	✗ Potenciales competidores que empleen la misma estrategia de tener su puesto de fruta y juglería.

A continuación, se desarrolla la matriz **FODA**, donde se busca usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades **(FO)**; superar las debilidades aprovechando las oportunidades **(DO)**; usar las fortalezas para evitar las amenazas **(FA)**; y reducir las debilidades y evitar las amenazas **(DA)**.



El negocio de la venta de Jugos de Fruta

MATRIZ FODA

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
La estrategia a emplear es **Desarrollo de Producto,** es decir ofrecer al cliente una **diversidad** de jugos de fruta, aprovechando los bajos costos y variedad en los insumos. Otra estrategia a emplear es el de **Desarrollo de mercado** al brindar el surtido de productos a **diferentes grupos**, aprovechando la alta concentración de comercio de la zona donde esta ubicado el puesto. Se puede variar en cada grupo, las **promociones, empaques, tamaños** e incluso brindar el **servicio de pedidos a domicilio.**	**Promociones y Publicidad.** Se debe aprovechar la zona comercial en la que esta ubicada el puesto y la cultura de consumo de productos naturales, para incrementar las ventas, por ello se deben ofrecer no solo variedad sino también **promociones** y **descuentos** de los productos. Es importante que identifiquen el puesto, por lo que se debe colocar **un cartel**, del nombre de la jugueria y de las variedades de sus jugos y precios. Si es posible, distribuir **volantes** en los mismos puestos de trabajo, mencionando los descuentos, promociones u ofertas.
ESTRATEGIAS FA	**ESTRATEGIAS DA**
Diferenciación al ofrecer **variedad** de jugos, así como **personalizarlos,** permitiendo al cliente escoger su combinación preferida. Asimismo ofrecer una estrategia de **precios bajos** que puedan competir contra los productos sustitutos, buscando minimizar costos mediante la planificación y disposición de los insumos principales (puesto de frutas). Brindando valor agregado en el producto.	**Capacitación** a sus empleados (hijos) o contratar a otro personal con conocimientos y experiencia en juguerías. Se debe especificar y definir claramente las **reglas** de **higiene, atención al cliente y cobro.** **Rotación de funciones**, todo el personal debe ser capaz de realizar todas las **tareas** del negocio y conocer los **procedimientos** para cada producto, esto permite **flexibilidad** de reemplazo ante ausencias.

1.4 Definición del negocio

1.4.1 Nombre del Negocio

Debe tener relación al giro del negocio que piensas realizar. Deberás definir tanto la razón social como el nombre comercial.

Razón Social: El nombre con el que se inscribió en registros públicos.

Nombre Comercial: Es el nombre que es conocido por todos los clientes (Marca)

Caso Juguería:

Razón Social: Carlos Ramírez E.I.R.L.

Nombre Comercial: Juguería Sabrosa.

1.4.2 Visión

La visión es la imagen que tenemos de lo que será nuestro negocio en el futuro.

Caso Juguería:

“ Ser el mejor establecimiento de jugos de San Borja”

1.4.3 Misión

La Misión es la formulación de la función de tu organización, y debe crear compromisos e inducir comportamientos en su organización.

Caso Juguería:

“ Ser el mejor establecimiento de jugos de San Borja”

1.4.4 Objetivos

Los objetivos están destinados a alcanzar la visión de la empresa. Estos deben ser claros, realistas y medibles.

Caso Juguería:

- Participación del 25% del mercado de jugos de la Av. San Luís
- Incrementar el nivel de ventas en un 30% cada año.
- Ofrecer 5 nuevas variedades de jugos cada año